

BAB VI

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil Penelitian dan uji hipotesis yang dilakukan memberikan simpulan bahwa :

- a) Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Barokah, yang artinya hasil Dari output spss 22.0 tidak bersebrangan dengan teori yang ada. Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 2.270 dengan nilai Sig sebesar 0,025. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 1.984 dan nilai Sig lebih kecil dari pada 0,05. Dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Barokah.
- b) Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Barokah. yang artinya hasil dari output spss 22.0 tidak bersebrangan dengan teori yang ada. Berdasarkan tabel dapat diperoleh nilai t hitung sebesar 4.073 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada nilai t tabel 1.984 dan nilai Sig lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Barokah.

- c) Kualitas Layanan dan Persepsi Harga mempunyai pengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Barokah. Berdasarkan tabel 5.15 diperoleh nilai F hitung sebesar 12.009 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel 3.09 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas layanan dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- d) Dari hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa variabel yang dominan adalah variabel persepsi harga (X_2) karena yang ditunjukkan dengan koefisien beta terbesar yaitu sebesar 0,387 sedangkan variable kualitas layanan (X_1) hanya memiliki nilai beta sebesar 0,155. Dan Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) terbukti ditunjukkan dengan nilai beta terbesar terletak pada variable persepsi harga (X_2) sebesar 0,218. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling dominan adalah persepsi harga (X_2).

6.3 Implikasi

Beberapa hasil dan penjelasan yang telah diuraikan tidak ada satupun yang bertentangan dengan teori sehingga dapat diartikan bahwa setiap teori tentang kepuasan, persepsi harga dan kualitas layanan sangat

mendukung.

Hasil penelitian data secara parsial (Uji t) adalah kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas layanan dan persepsi harga secara signifikan dan yang paling berpengaruh/dominan terhadap kepuasan konsumen adalah persepsi harga. Sedangkan analisis data secara simultan (Uji F) adalah dari variabel kualitas layanan dan persepsi harga yang signifikan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan barokah di Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui Nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,198 yang berarti menunjukkan bahwa sumbangan proporsi pengaruh kualitas layanan (X_1) dan persepsi harga (X_2) terhadap perubahan kepuasan konsumen pada rumah makan barokah di Surabaya sebesar 19,8%. Artinya dari variabel kualitas layanan (X_1) dan persepsi harga (X_2) memiliki proporsi pengaruh perubahan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan barokah di Surabaya sebesar 19,8% sedangkan sisanya 80,2% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, promosi, tempat/lokasi, lingkungan, proses pelayanan, bukti fisik (Physical Evidence), dan Orang (People).

Maka dapat disimpulkan bahwa implikasi dari penelitian ini adalah persepsi harga harus dipertahankan oleh rumah makan barokah di Surabaya agar membawa pengaruh peningkatan dan dampak positif terhadap kepuasan konsumen. Dalam hal ini rumah makan barokah di Surabaya tidak hanya mempertahankan persepsi harganya saja, tetapi

juga harus meningkatkan kualitas layanannya tersebut sebagai nilai kepuasan yang dapat diberikan pada konsumen dan Peneliti selanjutnya apabila ingin mengadakan penelitian yang sama, hendaknya memasukkan beberapa variabel antara lain kualitas produk, promosi, tempat/lokasi, , lingkungan, proses pelayanan, bukti fisik (Physical Evidence), dan Orang (People). Agar supaya dapat mempengaruhi perubahan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan barokah di surabaya.

6.2Saran

Dari kesimpulan diatas maka saran yang dapat peneliti sampaikan untuk penelitian berikutnya yaitu :

1. Perlu adanya peningkatan dari segi kualitas layanannya , misalnya dengan lebih meningkatkan kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas, lebih memperhatikan kerapian penampilan para karyawan dalam memberikan pelayanan ,lebih meningkatkan kemampuan dan keramahan karyawan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya serta lebih memberikan perhatian yang khusus dengan berupaya memahami keinginan konsumen dan mendengarkan keluhan pelanggan agar konsumen mendapatkan kepuasan yang maksimal.
2. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai

pengaruh yang paling dominan, maka hendaknya perusahaan lebih memperhatikan tiap-tiap indikator dari variabel harga sehingga dapat lebih meningkatkan kepuasan pada diri konsumen.

3. Apabila menggunakan penelitian ini sebagai bahan penelitian agar dapat memenuhi syarat diperlukan tambahan variable yang lebih banyak dan bervariasi antara lain kualitas produk, promosi, tempat/lokasi, lingkungan, proses pelayanan, bukti fisik (Physical Evidence), dan Orang (People).
4. Diharapkan penelitian ini mampu menjadi referensi pembaca sebagai alat atau sumber informasi dalam mempelajari kepuasan konsumen.